



COMITÉ
INTERNATIONAL
OLYMPIQUE

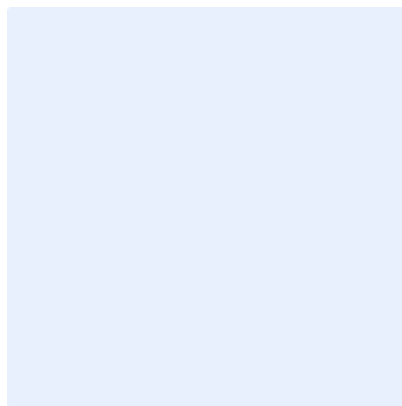
Centre d'Études Olympiques

ISL Marketing

Fiche de fonds

Aperçu du contenu des archives concernant les activités et la collaboration avec la société ISL Marketing liées à la commercialisation et au programme de parrainage mondial du CIO (programme TOP)

Novembre 2014



© 2014 Comité International Olympique (CIO)



ISL Marketing

Référence : CH CIO-AH J-ISL

Dates extrêmes : 1982-1998

Niveau de description : série

Importance matérielle et support : 2.20 m.l. Documents textuels

Nom du producteur

Comité International Olympique (CIO).

Histoire administrative / Notice biographique

Depuis le début des années 1980, le CIO est confronté à plusieurs enjeux liés au financement du Mouvement olympique : l'importance d'assurer la stabilité et l'indépendance financières du Mouvement, le désir de diversifier les sources de revenus qui, à l'époque, provenaient essentiellement des droits de télévision, la nécessité d'assurer une répartition équilibrée des revenus au sein de la famille olympique, le besoin de contrôler l'utilisation des marques olympiques et d'empêcher une éventuelle "commercialisation incontrôlée"¹.

Pour faire face à ces enjeux, le CIO fait appel à la société ISL Marketing AG (International Sports Culture and Leisure). Cette société, implantée à Lucerne (Suisse), a été créée en 1982 par Horst Dassler, fils d'Adi Dassler, fondateur d'Adidas². Elle possède une longue expérience dans le domaine du marketing et de l'octroi de licences, en particulier s'agissant des manifestations sportives³.

Ensemble, le CIO et ISL ont créé un programme de commercialisation véritablement international englobant l'ensemble du Mouvement olympique : le programme TOP (The Olympic Programme). Ce programme, dont la coordination est assurée par ISL, a été lancé dans l'optique d'aider les Comités Nationaux Olympiques (CNO), les comités d'organisation des Jeux Olympiques (COJO) et les partenaires mondiaux proprement dits dans leurs activités de parrainage liées au Mouvement olympique⁴.

Le 28 mai 1985, au château de Vidy à Lausanne (Suisse), le président du CIO, Juan Antonio Samaranch, signe un accord avec ISL. Par ce contrat, le CIO nomme ISL au titre d'agent officiel unique et exclusif dans le monde pour négocier et exécuter avec des tiers des accords liés à l'utilisation des marques olympiques pour le compte du CIO⁵. ISL reçoit une commission variable en fonction de ses activités et dépendante de la partie avec laquelle le contrat est négocié, c'est-à-dire soit le CIO ou les COJO. Le montant de la commission est en accord avec les pratiques commerciales habituelles⁶.

ISL est l'agent exclusif du CIO pour les programmes TOP 1, 2, 3 et une partie de TOP 4. À partir de mars 1996, c'est la société "Meridian Management S.A.", une nouvelle agence de marketing partiellement financée et détenue par le CIO, qui s'occupe des négociations pour le programme de marketing du CIO⁷. En 2005, le CIO acquiert Meridian (renommé depuis "IOC Television and Marketing Services S.A."), ce qui réintroduit toutes les fonctions de marketing et de négociation des droits de diffusion en interne, au sein de cette filiale qui appartient entièrement au CIO⁸. À noter que

¹ Source : "LE TOP", in *Revue Olympique*, Volume XXV No 2, avril-mai 1995

² Source : *Ibid*

³ Source : "Le programme olympique international de commercialisation" par Richard Pound, in *Revue Olympique*, No 220, février 1986

⁴ Source : *Ibid*

⁵ Source : Archives Historiques du CIO / Marketing olympique – ISL Marketing – Contrat entre le CIO et ISL - J-ISL/002 – 1983-1985

⁶ Source : *Revue Olympique*, No 220, *op. cit.*

⁷ Source : Martyn, Scott G., "[Marketing In-House: the Erosion and Eventual Rupture of the IOC-ISL Relationship and the Formation of Meridian Management SA.](#)", *Bridging Three Centuries: Intellectual Crossroads and the Modern Olympic Movement: fifth international symposium for Olympic research*, 2000.

⁸ Source : [Catalyseur de collaboration : Rapport Intermédiaire du CIO 2005-2006](#), département de la communication du CIO, Lausanne



les documents concernant Meridian Management ainsi que la fin de la collaboration entre le CIO et ISL ne font pas encore partie du fonds des archives historiques.

Modalité d'entrée

La sous-série est parvenue aux Archives historiques du CIO en 1993, suite à la construction du nouveau Musée Olympique à Ouchy.

Présentation du contenu

De manière générale, la série porte sur les activités du CIO et d'ISL liées à la commercialisation et au programme de parrainage mondial du CIO (programme TOP), mais aussi sur les relations que le CIO entretient avec ISL.

La série est constituée en bonne partie par de la correspondance qui a été répartie en plusieurs catégories : correspondance générale, correspondance liée aux droits d'utilisation des marques olympiques et des images, correspondance concernant les COJO et correspondance liée aux contrats ou à la gestion des emblèmes des CNO.

Les contrats occupent également une place importante dans la série. Celle-ci contient les contrats signés entre le CIO et ISL et entre l'USOC et ISL pour le TOP 1 ainsi que ceux signés entre le CIO, ISL, les COJO de 1992 et l'USOC pour le TOP 2. Les contrats entre ISL et chaque CNO pour les TOP 1 à 3 sont également conservés.

La série renseigne aussi sur les ateliers des sponsors TOP ". Ces rencontres sont organisées pour permettre aux sponsors TOP de rencontrer les responsables du CIO et d'ISL afin de discuter des enjeux du programme marketing. Les mêmes types de documents sont présents pour les différentes réunions : correspondance, budget, programme et dossier de réunion. D'autres types de réunions sont également présents dans la série, comme des réunions entre le CIO et ISL ou des réunions du comité de coordination du marketing (MCM : Marketing Coordination Meeting) composé du CIO, d'ISL, de l'USOC et des COJO. Cette partie de la série est composée essentiellement de correspondance et de procès-verbaux.

La série contient également quelques publications et bulletins comme, par exemple, le "TOP sponsor manual" ou "The TOP Sponsor Newsletter". La série renferme aussi différents rapports présentés par ISL au CIO.

En plus des thématiques développées ci-dessus, la série comporte encore d'autres types de documents, dont voici les principaux : des bilans financiers, différents plans de marketing, des propositions ou présentations d'ISL au CIO, des renseignements sur le bureau exécutif ainsi que sur un projet de l'Association Olympique Internationale pour la Recherche Médico-Sportive (AOIRMS).

Accroissement

Oui

Mode de classement

Les dossiers sont classés soit par sujets, soit par types de documents ou encore par activités dans l'ordre alphabétique. Les documents à l'intérieur des dossiers sont classés dans l'ordre chronologique inverse.

Conditions d'accès

L'accès aux documents est libre, sous réserve des dispositions prévues à cet effet par le CIO.

Langue et écriture des documents

Les documents sont rédigés en anglais et en français.

Sources complémentaires

Sources internes

- Programme marketing mondial : J-TOP
- Détenteurs de licences du CIO : J-DETLI



Bibliographie

"LE TOP", in *Revue Olympique*, Volume XXV No 2, avril-mai 1995

"Le programme olympique international de commercialisation" par Richard Pound, in *Revue Olympique*, No 220, février 1986

Source : Martyn, Scott G., "[Marketing In-House: the Erosion and Eventual Rupture of the IOC-ISL Relationship and the Formation of Meridian Management SA.](#)", *Bridging Three Centuries: Intellectual Crossroads and the Modern Olympic Movement: fifth international symposium for Olympic research*, 2000.

Catalyseur de collaboration : Rapport intermédiaire du CIO 2005-2006, département de la communication du CIO, Lausanne (www.olympic.org)

Notes

Le contenu de cette sous-série, y compris les identifications olympiques, est la propriété du CIO.

Règles ou conventions

Description conforme à la norme ISAD(G).

Date(s) de description

Avril 2013